

济南家居行业提前吹响冲量号角

——迫于销售压力，建材、家具提前降价换量

□本刊记者 朱俊义

十一黄金周已经过去，许多期待黄金周期间带来销售惊喜的家居厂商很是失望，个别厂商甚至没有开单。黄金周期间济南家居行业这样的销售情况是近年来少有的，家居行业许多经理人对市场做出种种分析：有房地产影响家居行业说、有消费者旅游说、有消费者持币观望说、有家居行业无序竞争说、有市场饱和说等等。昨天，一位在家居行业从业十几年的经理告诉记者：“虽说黄金周销售和平时周末没有什么区别，但济南这样以刚性需求为主的城市，家居市场潜力还是很大的，只要精耕细作年底完成厂家的销售任务还是有很大希望的，当然冲量时间得从现在开始！”因此，迫于销售压力，预计今年家居行业内的许多品牌将会提前降价换量。

销售： 建材、家具两重天

今年十一黄金周期间，记者多次到济南各个家居卖场采访，看到许多家居卖场除了抽奖当天人气高涨之外，其他时间人气较为平淡。十一黄金周过后，记者采访了多位家居行业的职业经理人，许多建材品类的经理表示，今年十一销售整体还行，或者九月底就已经降价签单了，当然很多家居卖场建材销售单店销售过百万。

与建材销售不同的是，今年十一黄金周家具销售整体下滑明显，记者调查发现与去年十一黄金周相比较，今年济南家居卖场中单店销售过百万的寥寥无几，而去去年单店过百万的有几十家之多。今年十一甚至有家具职业经理人中出现了以销售5万元家具成为请客的由头，这虽说是玩笑，但体现了家具销售的乏力和家具经理人的无奈。

数据： 家居卖场和品牌有差距

十一之后，记者采访多位家居行业的职业经理人，他们告诉记者，现在个别家居卖场发布的数据和他们店销售情况有较大差距，甚至个别职业经理人认为家居卖场的销售数据要打五折才是真实情况，往年这种情况较少出现。

为了了解家居卖场发布的数据和家居品牌实际销售数据的差距，记者采访了某知名品牌的销售人员，她告诉记者：“十一期间，我都在店里能看到来了多少人，除了抽奖当天人数多一点之外，其他时间和去年没法比。因此，直观感受销量没有发布的那么多，至于为什么会有差别，你懂的？”销售人员的普遍看法是，八九月份家居行业的活动太多该下单已经下单，十一假期很多消费者都出去旅游去了，因此才会出现十一期间家具销售冷清收场的情况。

趋势： 定制产品和独立店

今年十一家居行业出现了两个新趋势，并且这两个趋势第一次让家居行业的职业经理人眼前一亮。其一是定制产品已经成为家居品牌做大做强的一条新途径。如：原有的木门品牌可以为消费者定制橱柜、衣柜、窗套等，这就使原来的单值翻了翻。其二是独立店成为家居品牌提升形象的新平台，独立店提升了品牌在消费者中的形象。目前，济南有以美克美家、亚振家具为代表的完全独立店模式，以及顾家家居、金凤凰为代表的家居卖场店外店独立店模式。

无论是定制家居产品还是独立店，这两种趋势的优势在今年十一才体现出来，这让济南家居行业的职业经理人看到了希望，看到了济南家居行业未来发展的趋势。

冲量： 时间大大提前

每年的销售年会上，家具建材生产厂家都会为代理商或区域经理预定全年的销售计划，并制定相应的奖惩措施，对于完成销售量甚至超额完成销售量的代理商或区域经理给予兑现乃至增加返点的奖励，对于完不成任务的代理商或区域经理进行扣点甚至不给返点的处罚。这种销售奖惩制度给全国各品牌的代理商造成较大的销售压力，促进各品牌代理商年底前想尽各种办法促进销售，有的代理商为了完成任务甚至会采取突击进货的措施，以完成销售量争取返点。

今年济南家居行业的整体形势不是很乐观，因此许多家居行业的品牌将年底冲量时间大大提前，这也为选购家居产品的消费者提供了实实在在的优惠。

银座家居：十一热促，完美落幕，好戏连台，后惠有期

10月12日，银座家居济南两店联袂上演的“十一热促，全诚放价”大型主题促销活动，随着中心店4周年庆典的落幕，完美收官。活动主题“全诚放价”取意“全心全意，诚心诚意”，在十一假期大力度回馈泉城顾客。投之以桃，报之以李，诚心的让利收到了顾客的强烈反响，十一期间，卖场内容流熙熙攘攘，热闹非凡，最终的全球游大抽奖将整个活动推向了最高潮。

本次活动，银座家居济南两店首次推出“预售升值”及专家导购相结合的模式，得到顾客的高度认同，预

售火爆。满额返现，大幅补贴，继续唱响“放价”主题曲。送家电、送豪礼，品牌送，卖场送，很多顾客朋友礼品拿到手软。大抽奖，抽银座旅游大额畅游券，既要圆顾客置家美家之梦，也要用心去圆顾客十一购物无暇顾及的“旅游梦”。

十月，也迎来了银座家居中心店的4周年店庆。作为济南市体量大，品类全的中高端家居卖场，中心店在银座家居整体活动的基础上，推出了更多的店庆福利。10月12日，银座家居特地将十一活动压轴的大抽奖放到

了中心店四周年庆典上，与顾客共度盛典，更享欢乐。

一年之中，银座家居促销活动轮番上阵，客户服务推陈出新，每一次作为都在刷新着自己的记录。用心经营，诚信待客，在省内家居市场上占得鳌头，引领着整个省内家居行业的发展。

十一热促的落幕，只是一个节点，2014年的最后一季，银座家居会继续发力，推出好的活动，提供品质的服务，售卖优质的家居商品，好戏连台，温暖这个秋冬，后惠有期。

品格健康吊顶新品——钛丽珑抗菌易洁板面世

10月5日，由品格健康吊顶举办的钛丽珑抗菌易洁板全国巡演——济南站，暨钛丽珑抗菌易洁板济南上市剪彩仪式，在银座家居中心店完美落幕，包括媒体、经销商、新老顾客等一百多位来宾莅临发布会现场，共同见证了品格钛丽珑微光动力技术给集成吊顶行业带来的一场产品新革命。

钛丽珑微光动力技术，简称钛丽珑，是一种特殊的表面处理技术，具有超亲水性和分解力两大特性，能起到抗菌、除醛和易洁的作用，是全屋抗菌易洁的核心技术。钛丽珑基于特殊的纳米级二氧

化钛，在微光的照射下，催化产生出氧化能力极强的自由氢氧基和活性氧，可杀灭细菌，分解有机污染物成无污染的水、二氧化碳和其它无害物质，因而具有极强的抗菌、除醛、易洁等功能。

品格集成吊顶独家掌握钛丽珑技术，也是行业内唯一掌握全屋抗菌易洁核心技术的品牌。这与品格一直坚持的健康品牌定位战略有密切的关系。品格以推动中国集成吊顶行业的良性发展为已任，从民间联盟的领导者到国家标准制定组长，实现了质的飞跃，无愧于中国集成吊顶行业领军品牌称号。

圣象集团大家居旗舰店成功落户济南

10月26日，圣象集团大家居旗舰店将在东亚家居隆重开业。集圣象品牌的：地板、橱柜、衣柜和木门四大品类的全新品牌即将亮相，同时将会给广大消费者带来家装一站式购物的全新体验和VIP专享服务！并承诺开业当天四大品类的产品将成本价、零利润销售，买地板即送28元/平米圣象专利净化膜等一系列优惠让利活动，价格让利超乎想象，产品优质让你乐翻天！

自2008年以来，圣象集团已从单一产品拓展为以木业产业为中心，逐步延伸至标准门、橱柜、衣柜和圣象年轮家具等家居领域的多元化发展，开始

布局圣象大家居的产业发展战略。

同时，圣象团队经过多年的经验探索和研究，无论是在标准化还是定制领域都积累了一定的管理、运营及营销经验。由此可见，其背后强大的产业链和品牌基因积累，正是它做大做强、多品类发展的核心优势。那么，圣象大家居的个性具体有哪些表现？从结构、功能、外观、包装来看，圣象一直在追求精益求精的设计，和最优的品质；从环保、健康、态度、理念来看，圣象一直将简单、轻松、称心的情感诉求放在首位。“简单有内涵、轻松无束缚，无过多修饰的实用，与环境永续

的绿色、稳固恒定的可靠”的品牌个性，成就了圣象大家居的个性与内涵，也彰显出圣象集品质、环保、美观、实用等多功能为一体的亮点与卖点。

模式创新是事业成功的基础，在行业不断优化的前提下，满足大众主流需求的居家环境，势必迎来各方点赞。从圣象大家居旗舰店的成功启程，标志着圣象集团多元化的产业发展战略已经进入大跨越时代。可以说，圣象大家居是将企业发展与消费者的需求合奏出共鸣的一片未来新版图，10月26日，圣象大家居旗舰店东亚家居期待您的惠顾。

立邦中国品牌升级向全方位涂料服务商迈进

日前，立邦中国携带着“N”多精彩在北京举办了品牌升级发布会，展示了其从涂料生产向服务运营的转型。在涂料行业，先进的技术和多元化的产品一直是企业满足市场需求、保持竞争优势的关键因素，消费者对于涂料产品本身以及涂装服务的需求也给涂料企业提出了更高的要求。为此，立邦中国开启品牌升级计划，包括品牌识别更

新、涂装体系与产品体系完整化、开启涂刷服务新纪元、企业社会责任升级等四大内容，旨在推动创新技术的研发，多元化产品的拓展，让广大中国消费者在涂料功能、涂刷效果和环保、服务等方面有更大选择，从而提供以消费者为核心的服务，开启了新的商业模式，从市场趋势研究、产品研发到服务创新，为消费者提供一站式服务。



圣象大家居强势登陆济南

大品牌不骗人

10月26日东亚家居敬请期待

保证

活动热线：400-600-5312

购买圣象地板，
享受圣象整体厨房、衣柜、木门

零利润销售